

DOMUS
MEDICA

DEONTOLOGISCHE CODE

Samenwerking met andere sectoren



Voorwoord

Domus Medica vzw behartigt de belangen van de huisartsen en de huisartsenkringen in Vlaanderen en Brussel op wetenschappelijk, maatschappelijk en syndicaal vlak via democratische besluitvorming en wetenschappelijke onderbouw.

Met dit doel ontwikkelt Domus Medica een unieke expertise en knowhow en bevordert ze de ontwikkeling en realisatie van een goede patiëntgerichte gezondheidszorg en zorgbeleid via ondersteuning van de huisartsen en kringen.

Domus Medica is daarom de actor bij uitstek om onderbouwde informatie, adviezen en producten te verschaffen ten voordele van de praktijk van huisartsen en kringen in Vlaanderen en Brussel. Bovendien vervult zij een essentiële rol op het gebied van permanente vorming en wetenschappelijk onderzoek voor huisartsen en kringen.

Hierbij streeft Domus Medica naar de opbouw van een duurzaam partnership met de andere actoren in de gezondheidszorg, waaronder het academische, het medische en het farmaceutische korps evenals de patiëntenorganisaties. Domus Medica vzw staat open voor samenwerking met de farmaceutische en andere industrie- en handelssectoren voor de verwezenlijking van haar programma voor zover dit past binnen deze ethische code.

Domus Medica volgt hierbij de codes van Mdeon, Unamec en pharma.be, die ervoor garant staan dat de informatie en publiciteit door bedrijven of andere actoren steeds gebeuren binnen een wetenschappelijk kwaliteitsvol kader. Hierbij wordt rekening gehouden met de gerechtvaardigde belangen van de verschillende actoren in de gezondheidszorg, inclusief deze van de patiënten. Domus Medica is lid van Mdeon.

Algemene regels

1. Principe van transparantie

De interactie tussen de industriële sector en Domus Medica moet transparant zijn en voldoen aan de Belgische en lokale wetten, reglementeringen of professionele gedragscodes. Alle middelen die Domus Medica verkrijgt door samenwerking met derden worden transparant gecommuniceerd. De middelen worden ingezet ten voordele van de leden. In de communicatie naar haar leden worden de logo's van derden duidelijk zichtbaar weergegeven en wordt de betrokkenheid van derden vermeld bij de totstandkoming van events of uitgaven.

2. Principe van documentatie

Productgebonden promotie wordt zoveel mogelijk beperkt. Producten die de gezondheid schaden zijn uitgesloten.

Elke mededeling waarbij de eigenschappen van een product worden voorgesteld, mag enkel aanzetten tot een rationeel gebruik en moet berusten op waarnemingen die:

- juist zijn,
- objectief zijn,

- toereikend zijn,
- eerlijk zijn,
- controleerbaar zijn,
- overeenstemmen met de meest recente inhoud van het aangenomen dossier met betrekking tot de vergunning voor het in de handel brengen,
- de algemeen heersende wetenschappelijke kennis weerspiegelen,
- desgevallend gestaafd worden door bibliografische referenties, te vermelden in deze mededeling.

Wanneer middelen ter beschikking worden gesteld door de farmaceutische industrie, dan mogen deze middelen alleen worden verstrekt met het doel de gezondheidszorg of het wetenschappelijk onderzoek te bevorderen en mag het verstrekken ervan niet worden aangewend als middel om het aanbevelen, voorschrijven, aan- of verkopen, leveren of toedienen van geneesmiddelen te promoten.

De promotie voor geneesmiddelen moet steeds als zodanig herkenbaar zijn. Onverminderd de wettelijke verplichtingen en behalve voor 'herinneringsreclame' zal men vermelden:

- de samenstelling van het product,
- de therapeutische indicaties,
- de contra-indicaties en voorzorgsmaatregelen,
- de bijwerkingen,
- de posologie en de toedieningswijze,
- de beschikbare verpakkingen,
- de naam en het adres van de onderneming verantwoordelijk voor het op de markt brengen.

Domus Medica volgt hier de richtlijnen van pharma.be.

3. Principe van scheiding

Om belangenvermenging te voorkomen waakt Domus Medica erover dat de interactie tussen de industriële sector en de professionele gezondheidsbeoefenaars niet kan worden misbruikt om door ongepaste of ongeoorloofde voordelen invloed uit te oefenen op aankoop-beslissingen.

Domus Medica bewaart haar onafhankelijkheid en neutraliteit in haar communicatie en neemt ook geen politieke standpunten in.

4. Principe van privacy

In de samenwerking met derden wordt de privacy van de leden van Domus Medica gegarandeerd. Ledengegevens worden niet doorgegeven aan derden en het ledenbestand wordt niet gecommmercialiseerd conform de privacywetgeving. De geldende wettelijke bepalingen omtrent privacy zijn van toepassing.

5. Principe van gastvrijheid

Met gastvrijheid wordt in het bijzonder bedoeld de kosten van verplaatsing, het inschrijvingsgeld op congressen, de maaltijden en het verblijf. Domus Medica past hierbij de regels toe van de deontologische code van Mdeon.

Partnerships

1. Het aantal Domus Medica-partners is in principe onbeperkt.
2. Partnerships kunnen worden afgesloten voor een langere looptijd.
3. Aan het partnership wordt een jaarlijkse bijdrage verbonden die deels bedoeld is voor dekking van reële onkosten gemaakt door de vereniging en deels als return kan beschouwd worden voor de image building.
4. De vereniging zal, met het oog op image building door de partner, zorgen voor vermelding van de partner op alle correspondentie (uitnodigingen, verslagen) en publicaties die verband houden met het project of dienstenpakket.
5. Afgevaardigden van de partner worden uitgenodigd op activiteiten die verband houden met het project of dienstenpakket: vergaderingen, vormingen en andere evenementen, persconferenties, prijsuitreikingen,
6. Opname van het logo van de partner op de website van Domus Medica is standaard voorzien in een partnership.
7. De partner kan suggesties doen met betrekking tot het project of het dienstenpakket, maar de uiteindelijke beslissing ligt autonoom bij de Domus Medica.
8. Naast de mogelijkheid van een partnerschap, bestaat ook de mogelijkheid van losse sponsoring. Afspraken voor losse sponsoring worden per activiteit contractueel vastgelegd.

Studiedagen, cursussen, congressen, symposia

1. Alle wetenschappelijke bijeenkomsten die rechtstreeks of onrechtstreeks door de farmaceutische industrie of andere industrie- of handelssectoren worden ondersteund, worden voorgesteld binnen een kwaliteitsvol kader en volgens de hogervermelde principes.
2. Wanneer een farmaceutische of andere onderneming bijdraagt tot de inhoud van vormingsactiviteiten of -programma's, moet het aangebrachte materiaal eerlijk, evenwichtig en objectief zijn. De inhoud moet bestaan uit medische, wetenschappelijke of andere informatie die bijdragen tot een verbetering van de praktijkvoering van de huisarts en een verbetering van de zorg voor de patiënten. De informatie dient steeds te stroken met de geldende wetten en reglementen, evenals met de voorschriften van de Code.
3. Een gesponsord evenement dient bescheiden te zijn en ondergeschikt aan de tijd en het onderwerp van de hoofddoelstelling van de meeting.

4. Wetenschappelijke manifestaties moeten doorgaan in een aangepaste locatie die het wetenschappelijk doel van de manifestatie bevordert. De plaats, de datum en de duur van de manifestaties en verplaatsingen mogen in geen geval aanleiding geven tot verwarring of twijfels over de wetenschappelijke aard.
5. Wanneer ondernemingen deelnemen aan informatiedagen, congressen of symposia of elke andere manifestatie waarop verschillende ondernemingen verenigd zijn om hun producten voor te stellen aan de beroepsbeoefenaars uit de gezondheidssector en om hen daarover informatie te verschaffen, dienen zij de richtlijnen van pharma.be en Mdeon in acht te nemen alsook het volgende:
 - de wijze waarop de stand wordt uitgewerkt, de versiering en het informatiemateriaal dienen zo te zijn dat het wetenschappelijke aspect goed tot uiting komt. De ondernemingen dienen er bekwaam personeel af te vaardigen.
 - de informatie en de diverse elementen tot verspreiding ervan (schriftelijk, audiovisueel, bij middel van affiches of alle andere middelen en media) dienen steeds te stroken met de wetten en reglementeringen op de geneesmiddelen.
6. De voorkeur wordt gegeven aan een zelfgekozen plaats en voor onderwerpen die gelinkt zijn aan farmaceutische producten niet in de gebouwen van een farmaceutische firma. Dit kan wel voor bijvoorbeeld een ledencongres, een jaarstarter, een informatiedag voor laatstejaarsstudenten, Wanneer Domus Medica te gast is bij een firma, kan een spreker van deze firma in het begin of aan het einde kort spreektijd krijgen over corporate sponsoring.
7. Standen van een firma kunnen aan de ingang of in de ruimte die gebruikt wordt tijdens de pauze en voor de koffie of de maaltijden. Aan de voorzitter van de studiedag/cursus/congres/symposium wordt gevraagd om de aanwezigheid van standkenbaar te maken aan de deelnemers. Op de standen mogen gadgets worden uitgedeeld.
8. Sponsorende firma's kunnen vormings- en andere evenementen ondersteunen door de levering van notapapier, mappen, fardes, draagtasjes met het logo van de firma.
9. Een spreker van een sponsorende firma kan worden toegestaan zowel voor farmaceutische als voor de niet-farmaceutische firma's op voorwaarde dat met hem/haar wordt afgesproken dat de boodschap objectief moet zijn en op voorwaarde dat zijn/haar conflicts of interest worden vermeld bij de inleiding.
10. Een spreker van een sponsorende firma kan worden toegelaten voor een panelgesprek op voorwaarde dat zijn conflicts of interest worden vermeld bij de inleiding.
11. Firma's kunnen Domus Medica vzw evenementen sponsoren door (een deel van) het inschrijvingsgeld te betalen, zowel voor leden als voor niet-leden.
12. Vertegenwoordigers of sprekers van firma's kunnen deelnemen aan koffiepauzes en maaltijden.
13. Firma's die de deelname willen sponsoren, mogen een congresverslag gebruiken voor eigen doelstellingen mits vermelding van de auteur en van Domus Medica.

Publicaties en uitgaven

Algemeen

1. De ondernemingen zijn verantwoordelijk voor de inhoud, illustratie en de voorstelling van de informatie. De teksten moeten duidelijk zijn en de bladschikking sober. De ondernemingen streven er voornamelijk naar de informatie op wetenschappelijke wijze voor te stellen, haar beter toegankelijk te maken en gemakkelijker te doen onthouden.
2. Wanneer een onderneming betaalt voor de publicatie van promotioneel materiaal in een tijdschrift of dergelijke publicatie op één of andere manier bewerkstelligt, dan moet dit promotioneel materiaal duidelijk te onderscheiden zijn van de onafhankelijke journalistieke artikels.
3. Wanneer gerefereerd wordt naar gepubliceerde studies, zullen duidelijke referenties worden vermeld. Citaten verwijzen duidelijk naar hun oorsprong. Ze worden niet op tendentieuze wijze uit hun verband gerukt en eerbiedigen de geest van de auteur. De verwijzingen moeten duidelijk identificeerbaar zijn.

Huisarts Nu

1. De werving van publiciteit is de verantwoordelijkheid van de uitgever van Huisarts Nu in samenwerking met Elma Multimedia.
2. De advertentieverhouding tussen redactionele pagina's en advertentiepagina's is respectievelijk 60/40.
3. De advertenties worden niet genummerd en zijn uitscheurbaar.
4. De uitgever kan buiten de stopper-regeling per nummer maximaal vier advertentiepagina's per editie benutten voor eigen producten en activiteiten.
5. Een adverterende firma kan niet eisen dat haar advertentie naast of in een redactioneel artikel komt dat betrekking heeft op haar product. Een adverterende firma kan wel vragen naar de planning van Huisarts Nu, d.w.z. de onderwerpen en/of titels van geplande redactionele artikels, voor zover die beschikbaar is, maar niet naar de integrale tekst ervan.
6. Een advertentie onder de vorm van een congresverslag, interview, artikel, ... wordt niet opgemaakt in de stijl van de redactionele pagina's en moet duidelijk onderscheidbaar zijn.
7. De referenties die vermeld worden in een advertentie moeten correct zijn en bestaan. Ze vallen onder de verantwoordelijkheid van de adverteerder. Klachten van lezers in dit verband zullen worden doorgespeeld aan de betrokken firma en aan Pharma.be.
8. Alle advertenties worden door de uitgever aan de redactie voorgelegd ter goedkeuring, zoals vermeld in het productieschema van de jaargang. De redactie heeft het recht om zich te verzetten tegen de opname van specifieke advertenties in het tijdschrift, onder meer omdat de adverteerder of het geadverteerde product onverzoeenbaar geacht wordt met de inhoud of de reputatie van het tijdschrift,

dan wel omdat de inlassing van de advertentie, bijvoorbeeld door de plaatsing ervan, afbreuk doet aan de redactionele inhoud ervan of een misleidend verband kan suggereren tussen de redactionele inhoud en de advertentie.

9. De redactieleden van Huisarts Nu ondertekenen een belangenverklaring.

Website

1. Op de website van Domus Medica kan het logo van de partner worden vermeld met hyperlink naar de eigen website. Het logo wordt onderaan de startpagina vermeld, in rotatie met andere partners.
2. Congressen/studiedagen/symposia van de farmaceutische industrie kunnen op de website worden opgenomen, mits duidelijke vermelding dat het een farmaceutisch event betreft.
3. Op inhoudelijke pagina's van de Domus Medica-website die gaan over een duidelijk omschreven project waaraan een partnership werd verbonden, kan ook de naam en/of het logo van de partner opgenomen worden.

Nieuwsbrief

1. Nieuws van partners dat de praktijkvoering van de huisartsen ondersteunt, kan in de nieuwsbrief opgenomen worden, mits duidelijke vermelding van de samenwerking.
2. De partner is verantwoordelijk voor de inhoud van dit bericht en voldoet aan het principe van documentatie.
3. Het bericht verwijst naar een uitgebreider bericht op de website, waarbij onderaan gelinkt wordt naar de website van de partner.

Gebruik Domus Medica-logo

1. Het gebruik van het Domus Medica-logo voor vormingsevenementen, affiches, brochures voor artsen en patiënten, kan alleen worden toegestaan wanneer de vereniging van bij het begin betrokken werd bij het concept van een vormingsevenement of informatiecampagne en voor zover ze akkoord kan gaan met de inhoud ervan.
2. Voor vormingsevenementen is bovendien vereist dat de vereniging een actieve inbreng heeft in het programma onder de vorm van een moderator, een spreker.
3. Domus Medica stelt het juiste formaat van haar logo ter beschikking en is eenvoudig op te vragen bij: info@domusmedica.be.



**DOMUS
MEDICA**

V.U.: Roel Van Giel • Lange Leemstraat 187 • 2018 Antwerpen

Domus Medica VZW
Lange Leemstraat 187
2018 Antwerpen

www.domusmedica.be
info@domusmedica.be
03 425 76 76